

EVOLUCIÓN DEL EQUIPAMIENTO DE BAÑO

SOLUCIONES VERSÁTILES PARA CADA PROYECTO



En un contexto orientado hacia el bienestar de usuario, donde las viviendas son cada vez más pequeñas y los presupuestos ajustados, la importancia de contar con un espacio que cubra sus necesidades, en el que además el diseño y funcionalidad convivan, ha venido condicionando la estrategia de I+D+i del fabricante que ahora orienta el diseño de sus productos hacia la eficiencia energética y la fácil instalación, adaptándose así a la coyuntura; todo ello aportando el valor arquitectónico que demanda el prescriptor -que ya lo considera desde las primeras fases del proyecto-; es decir, hacia el diseño de soluciones que, sin renunciar al ahorro de agua y energía, mejoran la higiene, la accesibilidad y la durabilidad; contribuyendo, además, al desarrollo de productos que simplifican la instalación, reducen los tiempos en obra y minimizan los errores que pudieran presentarse.

Para la realización de este reportaje hemos contado con la colaboración de profesionales de un importante número de las principales empresas del sector, entre las que se encuentran: NOKEN, RAMONSO-LER, GENE BRE, STROHM, NOFER, DECOSAN, GEBERIT, FIORA, STANDARD HIDRÁULICA, KALDEWEI, PRESTO, VILLEROY&BOCH, IDEAL STANDARD, DELABIE, DURAVIT, FELIU BOET, MUNDILITE, PROFIL-TEK, ACQUABELLA, SALGAR y HANSGROHE; compañías que, desarrollando productos de vanguardia en respuesta a las necesidades del sector, se ponen a disposición de arquitectos e interioristas para demostrarles la eficacia de sus soluciones. A todas ellas les agradecemos el tiempo que nos han dedicado para darnos a conocer las inquietudes de un sector, que no solo es dinámico y prometedor en cuanto a sus expectativas -mercados de rehabilitación y reforma, industrialización...-, sino también en lo referente a las tendencias en diseño e innovación.

EVOLUCIÓN DEL EQUIPAMIENTO DE BAÑO

SOLUCIONES VERSÁTILES PARA CADA PROYECTO



En un contexto orientado hacia el bienestar de usuario, donde las viviendas son cada vez más pequeñas y los presupuestos ajustados, la importancia de contar con un espacio que cubra sus necesidades, en el que además el diseño y funcionalidad convivan, ha venido condicionando la estrategia de I+D+i del fabricante que ahora orienta el diseño de sus productos hacia la eficiencia energética y la fácil instalación, adaptándose así a la coyuntura; todo ello aportando el valor arquitectónico que demanda el prescriptor -que ya lo considera desde las primeras fases del proyecto-; es decir, hacia el diseño de soluciones que, sin renunciar al ahorro de agua y energía, mejoran la higiene, la accesibilidad y la durabilidad; contribuyendo, además, al desarrollo de productos que simplifican la instalación, reducen los tiempos en obra y minimizan los errores que pudieran presentarse.

Para la realización de este reportaje hemos contado con la colaboración de profesionales de un importante número de las principales empresas del sector, entre las que se encuentran: NOKEN, RAMONSO-LER, GENE BRE, STROHM, NOFER, DECOSAN, GEBERIT, FIORA, STANDARD HIDRÁULICA, KALDEWEI, PRESTO, VILLEROY&BOCH, IDEAL STANDARD, DELABIE, DURAVIT, FELIU BOET, MUNDILITE, PROFIL-TEK, ACQUABELLA, SALGAR y HANSGROHE; compañías que, desarrollando productos de vanguardia en respuesta a las necesidades del sector, se ponen a disposición de arquitectos e interioristas para demostrarles la eficacia de sus soluciones. A todas ellas les agradecemos el tiempo que nos han dedicado para darnos a conocer las inquietudes de un sector, que no solo es dinámico y prometedor en cuanto a sus expectativas -mercados de rehabilitación y reforma, industrialización...-, sino también en lo referente a las tendencias en diseño e innovación.

<<el baño ha dejado de ser un espacio meramente funcional para convertirse en una pieza estratégica del proyecto arquitectónico>>

A su vez, hay que considerar que la rehabilitación y la reforma, al igual que la construcción industrializada, representan una magnífica oportunidad para impulsar soluciones eficientes y sostenibles. Aunque para ello haya que mejorar aspectos como la estandarización, la comunicación en la cadena de valor, así como la innovación hacia sistemas que faciliten el trabajo de la mano obra especializada.

Pero antes de hablar de los grandes ejes que condicionarán el futuro del sector -economía circular, sostenibilidad, eficiencia energética, industrialización, BIM...- vayamos por partes poniendo en orden las valoraciones de quienes más entienden sobre el diseño y equipamiento de baño.

Respuesta a los desafíos

Diseño funcional, confort, higiene, innovación, sostenibilidad, eficiencia energética... todo ello en una búsqueda de soluciones que optimicen consumos y que -con diseños más inteligentes, emocionales y adaptados a los nuevos estilos de vida- se integren armoniosamente en los proyectos arquitectónicos; pero... ¿se está dando respuesta a los desafíos actuales? ¿qué importancia viene cobrando el diseño y equipamiento de baño en el proyecto integral de cualquier edificio?

En esta primera intervención, desde NOKEN nos transmiten que “el baño es hoy una pieza clave dentro del proyecto arquitectónico, porque debe adaptarse al tipo de vivienda y a las personas que la habitan... Además, es uno de los espacios con mayor impacto en el consumo de agua y en la energía necesaria para producir agua caliente sanitaria. Por eso, el equipamiento elegido resulta determinante: griferías con limitadores de caudal, duchas eficientes, sistemas termostáticos de rápida respuesta, inodoros con descarga reducida y soluciones fáciles de limpiar y mantener”.

Jordi Soler, director general de ramonsoler, añade que “el baño ha dejado de ser un espacio meramente funcional para convertirse en una pieza estratégica del proyecto arquitectónico, con impacto directo en el confort, la higiene, la accesibilidad, el bienestar y el consumo de recursos. Se están dando respuestas a muchos de los desafíos actuales, aunque las exigencias ambientales, normativas y sociales obligan a evolucionar continuamente. En ramonsoler entendemos el baño desde una visión integral de 360°, que reúne griferías, sistemas de ducha e hidroterapia, accesorios, lavabos, inodoros, bidés y estructuras empotradas. Esta

Foto: ramonsoler

El baño ha dejado de ser una estancia secundaria, puramente funcional, para convertirse en un espacio que no solo es clave en la experiencia del usuario, sino que también lo es en la percepción global que transmite el edificio, algo que se evidencia especialmente en los espacios públicos -centros comerciales, hospitales, hoteles, restaurantes...-; por lo que el equipamiento de baño ha pasado a ser un factor determinante en la calidad arquitectónica; todo ello con independencia de su capacidad de dar respuesta al confort, o a los retos en cuanto a sostenibilidad y eficiencia energética que demanda el mercado actual.

A todo ello, se observa cómo el equipamiento de baño ya va siendo considerado desde las primeras fases del proyecto, algo que permite prever factores claves como son las compatibilidades técnicas, el mantenimiento, el suministro en obra, la certificación o el commissioning, entre otros; condicionantes, todos ellos, que facilitan la integración arquitectónica, mejoran la precisión en cuanto a dimensiones e instalación, así como los consumos y compatibilidades.

perspectiva permite coordinar estética, prestaciones e instalación desde una única marca, evitando concebir el espacio como una suma de elementos aislados”.

“Desde GENE BRE -prosigue por su parte Ignasi Nuet, su responsable de Marketing- entendemos que el baño ha dejado de ser un espacio meramente funcional para convertirse en un elemento estratégico dentro del proyecto arquitectónico. Hoy confluyen diseño, confort, eficiencia, higiene y sostenibilidad, y el equipamiento debe responder a todos estos requisitos de forma equilibrada... Sin embargo, el verdadero desafío consiste en integrar estos avances sin renunciar a la calidad, la fiabilidad ni al diseño. En este contexto, la grifería desempeña un papel fundamental. Tecnologías de ahorro de agua, sistemas de apertura en frío, materiales de alta calidad y acabados resistentes permiten optimizar recursos durante toda la vida útil del producto”.

Al respecto Ana Cans, Product, Marketing & Innovation Manager de STROHM, nos comenta: “En los últimos años hemos visto una evolución significativa tanto en el uso como en el diseño del baño. Cada vez somos más conscientes de la importancia de contar con un espacio adaptado a nuestras necesidades, donde la funcionalidad, el bienestar y la estética convivan en equilibrio. Asimismo, el uso de productos de calidad que respondan a las exigencias de sostenibilidad, ahorro de agua y eficiencia energética se ha convertido en una prioridad. En una sociedad con estilos de vida cada vez más diversos... la posibilidad de personalizar o modificar fácilmente determinados elementos se presenta como una respuesta práctica y versátil, capaz de adaptar el baño a las necesidades de cada persona de forma rápida y sencilla”.

Foto: NOKEN



<<los prescriptores demandan soluciones que aporten valor arquitectónico sin renunciar al ahorro de agua y energía, la higiene, la accesibilidad y la durabilidad>>

“En NOFER y DECOSAN -se suma con su opinión Anna César, Responsable Prescripción de NOFER BRAND GROUP- entendemos que los desafíos actuales no se resuelven únicamente con tecnología o eficiencia, sino también con una visión del baño como un espacio capaz de adaptarse a las nuevas necesidades de las personas... Apostamos por soluciones que combinen calidad, diseño contemporáneo y practicidad, capaces de responder a las exigencias de entornos residenciales, hoteleros y públicos, ofreciendo espacios más versátiles, resistentes y preparados para las necesidades de hoy y del futuro”.

Una opinión que también comparte Alfredo Cabezas, Director de Marketing de GEBERIT IBERIA: “El baño es una pieza central e imprescindible en cualquier proyecto de edificación o reforma ya se trate de viviendas, alojamientos, comercios, oficinas o edificios para uso industrial. Su diseño tiene actualmente una importancia capital porque hemos empezado a valorar el baño como un espacio sinónimo de intimidad y relajación. Pero, además, el baño es una de las piezas donde más se consume, en el uso diario, un recurso cada vez más escaso como es el agua. Para dar respuesta a los desafíos actuales del diseño de baños, en GEBERIT llevamos décadas trabajando para ofrecer soluciones holísticas e integrales. La culminación de esta inversión en I+D+i, es La Solución Completa Geberit para el inodoro...”.

En este sentido, Sara Corral, Brand Manager de FIORA, afirma: “Sí, el sector está dando respuesta, aunque de forma desigual. El baño ha dejado de ser una estancia secundaria para convertirse en un espacio clave de confort, accesibilidad, higiene, eficiencia y valor inmobiliario. En España, la reforma gana peso cada año y, dentro de las reformas de vivienda, el baño lidera las prioridades del propietario. Desde FIORA entendemos que el baño debe integrarse desde la arquitectura, no añadirse al final. Por eso trabajamos soluciones que combinen diseño emocional, seguridad, durabilidad, personalización y facilidad de mantenimiento. Hoy el usuario busca materiales agradables al tacto, superficies continuas, estética natural, platos extraplano, mobiliario funcional y soluciones capaces de mejorar la experiencia diaria sin renunciar a sostenibilidad”.

“Sin duda -interviene desde de STANDARD HIDRÁULICA María José Roca, su Communication & Marketing Manager- el sector está respondiendo a los retos actuales, aunque el ritmo de transformación exige una innovación continua... Hoy los prescriptores demandan soluciones que aporten valor arquitectónico sin renunciar al ahorro de agua y energía, la higiene, la accesibilidad y la durabilidad... Esto se traduce

en productos con limitadores de caudal, sistemas de apertura en frío para reducir el consumo energético, soluciones temporizadas o electrónicas que mejoran la higiene y optimizan el uso del agua, así como acabados de alta resistencia que prolongan la vida útil del producto...”.

Desde KALDEWEI ESPAÑA, Joel Velásquez, su Country Manager, matiza que el baño “ya no se percibe como una estancia secundaria o puramente técnica, sino como un espacio que influye directamente en la experiencia del usuario y en la percepción global del edificio. En hoteles esto es muy evidente: un baño bien planteado transmite calidad, confort e higiene... el reto está en equilibrar muchas exigencias al mismo tiempo: diseño, durabilidad, sostenibilidad, facilidad de mantenimiento, eficiencia y viabilidad económica. No basta con que una solución sea atractiva en el momento de la entrega; debe funcionar bien durante años. En KALDEWEI defendemos precisamente esa visión a largo plazo, donde el equipamiento de baño se entiende como una inversión en calidad, experiencia y permanencia”.

“Considero que el sector está avanzando en la dirección adecuada – añade Álvaro García, Area Manager de PRES-TO IBÉRICA-, aunque aún existen retos importantes... Hoy se valoran tanto el diseño como aspectos clave como la eficiencia en el consumo de agua y energía, la higiene, la accesibilidad, la sostenibilidad y la integración de soluciones tecnológicas... El principal desafío consiste en lograr que esa innovación se incorpore de forma generalizada, independientemente del presupuesto o de la tipología del edificio... En este contexto, el diseño y el equipamiento de baño se han convertido en un factor determinante de la calidad arquitectónica y en una herramienta para responder a los retos de sostenibilidad, confort y eficiencia que plantea la construcción actual...”.

Jorge Barroso, Sales & Marketing Coordinator Spain, Portugal, Andorra & Malta de VILLEROY & BOCH e IDEAL STANDARD, comparte el criterio colectivo añadiendo al respecto que “es fundamental concebir el baño desde las primeras fases del proyecto, integrándolo como parte de una solución arquitectónica coherente y preparada para las necesidades actuales y futuras. En VILLEROY & BOCH e IDEAL STANDARD apostamos por soluciones integrales que combinan diseño, innovación y tecnología para optimizar el consumo de agua y energía, facilitar el mantenimiento y crear espacios más confortables y duraderos”.

“En DELABIE - añade Hélène Souvignet, su Responsable de Marketing y Comunicación para España- llevamos años observando cómo el equipamiento sanitario ha dejado de

<<la evolución hacia edificios más eficientes, sostenibles y orientados al bienestar del usuario ha situado al equipamiento de baño en un rol central>>



Foto: GENE BRE

ser un elemento "final" del proyecto para convertirse en una pieza estratégica del diseño arquitectónico. Ya no hablamos solo de grifería o aparatos sanitarios, sino de sistemas que condicionan el confort de uso, la accesibilidad, la seguridad para el usuario y el consumo energético del edificio en su conjunto. La respuesta a los desafíos actuales pasa por integrar estas variables desde el origen: un grifo temporizado o electrónico no es solo un dispositivo higiénico, es también una herramienta de ahorro de agua y energía...”.

A su vez Sonia Ramírez, Responsable de Marketing de DURAVIT, comenta que hoy el baño es “un entorno donde convergen bienestar, eficiencia, accesibilidad, diseño y sostenibilidad, y donde las decisiones que se toman tienen un impacto directo tanto en la experiencia del usuario como en el comportamiento ambiental del edificio. En DURAVIT entendemos que los desafíos actuales requieren un enfoque integral... es necesario ofrecer soluciones completas que respondan a las exigencias de arquitectos, promotores e interioristas, integrando diseño, innovación tecnológica y criterios de eficiencia desde el origen del proyecto. La optimización del consumo de agua, la utilización de materiales más sostenibles, la durabilidad de los productos y la facilidad de mantenimiento son aspectos que forman parte de nuestra estrategia de desarrollo...”.

“En FELIU BOET -interviene Pascal Guillén Pointeau, su director Marketing- consideramos el baño como un elemento estratégico en ascenso, dentro del proyecto arquitectónico contemporáneo. La evolución hacia edificios más eficientes, sostenibles y orientados al bienestar del usuario ha situado al equipamiento de baño en un rol central. Hoy, el diseño debe aportar funcionalidad, confort, higiene y durabilidad, integrándose de forma coherente en soluciones globales de arquitectura y construcción. Los desafíos actuales requieren



Foto: STROHM

productos más inteligentes y sistemas capaces de mejorar la eficiencia operativa del edificio. Desde nuestra compañía trabajamos para que el baño deje de ser un elemento aislado y se convierta en un componente técnico clave, capaz de aportar valor en términos de sostenibilidad, ciclo de vida y experiencia de uso...”.

En este sentido nos comentan desde MUNDILITE que “el baño ha evolucionado hasta convertirse en un espacio clave dentro de cualquier proyecto arquitectónico, donde el diseño, la funcionalidad, la sostenibilidad y la eficiencia deben convivir para ofrecer una mejor experiencia al usuario. Hoy, arquitectos, promotores e interioristas demandan soluciones que no solo aporten valor estético, sino que también optimicen la instalación, el mantenimiento y el consumo de recursos, respondiendo a las nuevas exigencias del mercado. En MUNDILITE llevamos esta evolución al desarrollo de productos como platos de ducha de resina aligerada, mamparas y lavabos fabricados a medida, concebidos para facilitar el trabajo en obra, mejorar la durabilidad y adaptarse a cualquier proyecto...”.

“El equipamiento de baño tiene cada vez más peso dentro del proyecto arquitectónico y ya no puede entenderse como un elemento que se decide al final de la obra -afirma Roberto Félix, Director Comercial de PROFILTEK-... el reto consiste en combinar estética y prestaciones técnicas. En PROFILTEK trabajamos para que mamparas y platos de ducha mantengan una coherencia estética con el resto del baño, especialmente mediante la homogeneización de acabados y colores. Sin embargo, nuestros productos están sometidos a unas exigencias muy superiores a otros elementos del baño, ya que permanecen en contacto continuo con el agua y deben superar rigurosos ensayos de resistencia, durabilidad y comportamiento frente a la corrosión para garantizar su vida útil...”.

La responsable de Marketing de ACQUABELLA, Belén López, también nos matiza que “el sector está evolucionando para ofrecer soluciones que integren innovación, sostenibilidad y altas prestaciones técnicas sin renunciar a la personalización. En ACQUABELLA entendemos que el diseño debe ir acompañado de materiales de calidad, procesos responsables y soluciones que faciliten tanto el uso cotidiano como la integración en proyectos arquitectónicos muy diversos. Por ello, trabajamos con materiales innovadores y libres de sílice, incorporamos contenido reciclado certificado y desarrollamos productos que combinan resistencia, higiene y seguridad. Cada proyecto presenta necesidades diferentes, por lo que la capacidad de adaptación adquiere un papel cada vez más relevante...”.

“Creo que el sector ha evolucionado muchísimo en los últimos años, pero también es verdad que a veces confundimos innovación con incorporar más prestaciones al producto -concluye Lucía Agustín, del Dpto. Marketing de COMERCIAL SALGAR-. Para mí, innovar no siempre significa añadir tecnología; muchas veces consiste en resolver mejor un problema cotidiano... Eso hace que el equipamiento cobre mucha más importancia dentro de cualquier proyecto, porque ya no se elige únicamente por estética, sino también por cómo va a responder al uso diario. Dicho esto, todavía tenemos retos importantes. Vivimos en un contexto donde las viviendas son cada vez más pequeñas, los presupuestos más ajustados y el consumidor compara mucho antes de comprar. El desafío está en conseguir productos bien diseñados, duraderos y accesibles, sin renunciar a la calidad ni a la sostenibilidad...”.

Por último, desde HANSGRÖHE, Luis Montes de Oca, director de Marketing, añade: “El sector está avanzando de manera significativa, aunque el reto actual no consiste únicamente en desarrollar productos más eficientes, sino en integrar todas estas prestaciones dentro de una experiencia coherente. El usuario busca mayor eficiencia pero sin renunciar al confort, al diseño ni al bienestar para consumir menos recursos. Por eso, la innovación debe ser capaz de conciliar ambos objetivos y ofrecer soluciones que ahorren agua y energía sin que esa reducción se perciba como una pérdida de calidad. En HANSGRÖHE trabajamos precisamente desde esa visión”.

Proyecto y coordinación de agentes

Teniendo en cuenta los diferentes elementos que intervienen, ¿es considerado el equipamiento de baño desde las primeras fases del proyecto? Al respecto, ¿resulta la coordinación agentes ágil y efectiva? -instalación, suministro, commissioning...- ¿qué cree que se podría mejorar?

<<vivimos en un contexto donde las viviendas son cada vez más pequeñas, los presupuestos más ajustados y el consumidor compara mucho antes de comprar>>



KALDEWEI

Bañera PURO NEXT

Diseño elegante y máximo confort

“El punto de partida suele ser el revestimiento y a partir de ahí se define el equipamiento -nos aseguran desde NOKEN, compañía del Grupo Porcelanosa-. No siempre el equipamiento de baño se considera con suficiente detalle desde las primeras fases. Sin embargo, una definición temprana evita cambios en obra e incidencias de instalación. Las infografías y los modelos 3D ayudan mucho, porque permiten anticipar el resultado final antes de construir y facilitan la decisión del cliente. Como mejora, sería conveniente extender el uso de sistemas BIM también a obras residenciales o privadas, no solo a proyectos institucionales. Esto permitiría una mejor trazabilidad del equipamiento, de las referencias y mantenimiento, en línea con la información que ya recoge el libro del edificio”.

A lo que añade Jordi Soler, de ramonsoler: “La consideración del equipamiento de baño desde las primeras fases del proyecto es cada vez más habitual, aunque todavía existe margen de mejora. Una definición temprana permite prever consumos, dimensiones, accesibilidad, compatibilidades técnicas, mantenimiento, plazos de suministro y objetivos de certificación ambiental... Para mejorar esta coordinación, es fundamental disponer desde el inicio de documentación técnica clara, criterios comunes de prescripción y asesoramiento directo del fabricante. En ramonsoler contamos con una biblioteca de modelos BIM, que facilita la integración de nuestros productos en el proyecto arquitectónico y permite trabajar con mayor precisión en dimensiones, instalaciones, consumos y compatibilidades... El commissioning no debería limitarse a una comprobación final, sino entenderse como un proceso que acompaña al proyecto desde su concepción...”.

“Cada vez es más habitual que el equipamiento de baño se tenga en cuenta desde las primeras fases del proyecto

Foto: DECOSAN



<<va siendo habitual que el equipamiento de baño se considere desde las primeras fases del proyecto, aunque existe margen de mejora en la coordinación de agentes>>

-asegura Ignasi Nuet, de GENE BRE GROUP-, especialmente en promociones donde la eficiencia, la industrialización o la certificación ambiental son aspectos prioritarios. No obstante, todavía existe margen de mejora en la coordinación entre todos los agentes implicados... Desde GENE BRE consideramos fundamental reforzar la colaboración entre fabricantes, arquitectos, ingenierías, instaladores y distribuidores... También creemos que la digitalización puede desempeñar un papel decisivo. La incorporación de documentación técnica accesible y una comunicación más fluida entre los distintos agentes facilita la prescripción, reduce incidencias y mejora la eficiencia durante todo el ciclo del proyecto. La coordinación temprana, junto con productos fiables y de instalación sencilla, permite minimizar costes, reducir tiempos de ejecución y ofrecer un mejor resultado al usuario final”.

Ana Cans (Product, Marketing & Innovation Manager de STROHM) añade al respecto que “aunque los equipos que participan en los proyectos cada vez son más multidisciplinares y tienen una visión global del proyecto, todavía hay recorrido dentro del diseño de baños. El toque final tiene que venir dado por el usuario ya que, no hay dos estilos de vida iguales ni las mismas necesidades en el día a día”.

“La consideración del equipamiento del baño desde las fases iniciales del proyecto depende, en gran medida, del tipo de edificio y del grado de especialización del equipo de diseño -asegura Anna Céster, de NOFER BRAND GROUP-. Sin embargo, cada vez es más evidente que anticipar estas decisiones aporta ventajas tanto desde el punto de vista técnico como funcional, ya que permite integrar mejor los requisitos de instalación, mantenimiento, accesibilidad y uso, evitando improvisaciones en las etapas finales de la obra”.

Algo a lo que se suma Alfredo Cabezas, de GEBERIT IBERIA: “Sí, el equipamiento del baño tiene que ser considerado desde el inicio para conseguir un diseño óptimo y para poder prever cualquier incompatibilidad que se pueda presentar, en el proyecto, con otros productos o con el resto de las instalaciones. Además, como decíamos al principio, cada vez el baño tiene más importancia como espacio y, por lo tanto, las soluciones que se van a instalar allí se tienen en cuenta desde el inicio del proyecto”.

“La coordinación entre promotor, arquitectura, interiorismo, instalador, distribuidor y fabricante ha mejorado, pero no siempre es suficientemente ágil -añade Sara Corral, de FIORA-. El mercado avanza hacia soluciones más industrializadas y trazables, pero la obra sigue teniendo muchos

puntos de fricción: disponibilidad de producto, planificación de entregas, compatibilidad técnica, formación del instalador y gestión de incidencias. Desde nuestra visión, la mejora pasa por incorporar antes al fabricante y al canal especialista, trabajar con documentación técnica clara, objetos BIM, muestras, prescripción temprana y soluciones más sencillas de instalar. También es clave estandarizar donde aporte eficiencia, sin perder capacidad de personalización. En FIORA defendemos una colaboración más temprana con los agentes del proyecto para asegurar que el baño responda al concepto arquitectónico, al uso real y a los requisitos técnicos desde el inicio, no como una decisión de última hora”.

“Cada vez se contempla antes, especialmente en proyectos de mayor complejidad o en aquellos que persiguen altos estándares de sostenibilidad -nos comparte, desde STANDARD HIDRÁULICA, María José Roca-. No obstante, todavía existen numerosos proyectos en los que el equipamiento se define en fases demasiado avanzadas, limitando la capacidad de optimizar tanto el diseño como la instalación y los costes... Como fabricantes debemos asumir un papel más activo, aportando documentación técnica digital, objetos BIM, asistencia en el diseño, soporte durante la ejecución y acompañamiento en la puesta en marcha. El fabricante ya no debe ser únicamente un proveedor de producto, sino un socio tecnológico que contribuya al éxito global del proyecto”.

Joel Velásquez, de KALDEWEI ESPAÑA, asegura por su parte que “ha mejorado mucho, pero todavía vemos proyectos en los que el equipamiento de baño entra demasiado tarde en la conversación. Y cuando eso ocurre, aparecen ajustes de última hora: alturas, desagües, incompatibilidades técnicas, plazos de suministro o soluciones que no encajan del todo con la intención inicial del proyecto. En hotelería, donde se repiten muchas unidades y los calendarios son exigentes, esos detalles pueden tener un impacto importante. Creemos que el fabricante debe participar antes, no para condicionar el diseño, sino para aportar información técnica útil. Una coordinación temprana entre arquitectura, interiorismo, constructora, instalador, distribución y fabricante evita errores y mejora el resultado final...”.

“Cada vez más, aunque todavía depende del tipo de proyecto y de la cultura de trabajo de los equipos implicados -matiza en la misma línea Álvaro García, de PRESTO IBÉRICA-. Cuando el equipamiento de baño se incorpora desde las primeras fases de diseño, es mucho más sencillo optimizar aspectos como la distribución de los espacios, las instalaciones, la eficiencia, la accesibilidad o el mantenimiento. Además, permite tomar decisiones más coherentes con los objetivos globales del edificio y evitar modificaciones o sobrecostes en etapas posteriores... Desde

<<una coordinación temprana
entre arquitectura, interiorismo,
constructora, instalador, distribución
y fabricante evita errores y mejora el
resultado final>>



Foto: NOFER

nuestra experiencia, el mayor avance pasa por fomentar una colaboración más temprana y continua entre todos los actores...”.

Por su parte, añade Jorge Barroso, de VILLEROY & BOCH e IDEAL STANDARD, que “una mayor colaboración y una planificación más integrada son clave para agilizar procesos como el suministro y la instalación. La digitalización, el uso de herramientas como BIM y una comunicación más fluida entre todos los participantes favorecen una mejor coordinación, reducen incidencias y contribuyen a una ejecución más eficiente, con mayores garantías de calidad y cumplimiento de plazos”.

“El baño colectivo -nos asegura Hélène Souvignet, de DELABIE-, ya sea en restaurantes, centros de salud, educativos, deportivos o industriales, etc. es hoy uno de los indicadores de la calidad global del proyecto, y arquitectos y prescriptores lo están tratando como tal, incorporándolo cada vez más pronto en sus decisiones de diseño. Desde DELABIE apostamos por facilitar al máximo la coordinación entre los diferentes agentes y actores de los proyectos, gracias a diferentes elementos: contamos con objetos BIM detallados, equipos de prescripción técnica que acompañan al proyecto desde el anteproyecto, y servicio postventa propio, lo que reduce intermediarios y garantiza que lo que se instala responde realmente a lo diseñado”.

La Responsable de Marketing de DURAVIT, Sonia Ramírez, comparte igualmente que “cada vez es más habitual que el equipamiento de baño se contemple desde las fases iniciales del proyecto, especialmente en desarrollos de mayor complejidad o en aquellos donde el diseño y la eficiencia son factores diferenciadores. Sin embargo, todavía existe margen de mejora para integrar estas decisiones de forma más temprana y coordinada... Desde DURAVIT trabajamos para acompañar a los profesionales



Foto: GEBERIT

durante todo el proceso, proporcionando asesoramiento técnico, bibliotecas BIM, documentación específica y soporte especializado que permita simplificar tanto la fase de diseño como la de ejecución. Cuanto antes se incorporen las soluciones de baño al proyecto, mayores serán las posibilidades de optimizar costes, espacios y procesos constructivos”.

“La integración del equipamiento de baño en las fases iniciales del proyecto es cada vez más habitual, especialmente en obras con certificaciones ambientales o procesos industrializados -asegura Pascal Guillén, de FELIU BOET-. No obstante, la coordinación entre agentes sigue siendo un reto. Desde FELIU BOET promovemos la planificación temprana mediante documentación técnica clara, modelos 3D, fichas de instalación y soporte directo a arquitecturas, ingenierías y constructoras. Creemos que es esencial mejorar la estandarización de procesos, agilizar la comunicación entre instaladores y fabricantes y avanzar hacia sistemas que faciliten el trabajo a la mano de obra especializada. La digitalización y la anticipación son claves para una coordinación más eficiente”.

Una opinión que comparten en MUNDILITE: “Cada vez es más habitual que el equipamiento de baño se contemple desde las fases iniciales del proyecto, especialmente en desarrollos hoteleros, residenciales y del canal Contract, donde la coordinación entre arquitectura, interiorismo, ingeniería y construcción es fundamental... Desde MUNDILITE creemos que una mayor colaboración entre fabricantes y prescriptores desde el inicio del proyecto permitiría optimizar tanto el diseño como la instalación. Contar con soluciones fabricadas a medida, asesoramiento técnico y una elevada capacidad de personalización facilita la integración de los productos en cada proyecto, reduce incidencias en obra y mejora la

planificación del suministro, contribuyendo a una ejecución más eficiente y a un mejor resultado final”.

“Cada vez se tiene más en cuenta, aunque todavía queda margen de mejora -se alinea Roberto Félix, de PROFILTEK-. Cuando el equipamiento del baño se prescribe desde las primeras fases del proyecto, la coordinación entre arquitectos, promotores, constructores e instaladores es mucho más eficiente y el resultado final responde mejor a la idea inicial. En el caso de las mamparas, esto es especialmente importante porque suelen ser uno de los últimos elementos en instalarse... Creemos que la clave está en reforzar la prescripción técnica desde el inicio y mantenerla durante toda la ejecución de la obra. Una mayor coordinación entre todos los agentes permitiría evitar cambios de última hora, optimizar los plazos de suministro y garantizar que el producto finalmente instalado responda a los estándares de calidad, seguridad y diseño definidos por el proyectista”.

Belén López, la Responsable de Marketing de ACQUABELLA, comparte que “cada vez existe una mayor concienciación sobre la importancia de definir el equipamiento de baño desde las primeras fases del proyecto. Esto permite desarrollar propuestas más coherentes desde el punto de vista funcional y estético, especialmente cuando se trata de proyectos donde la personalización y la calidad del diseño son aspectos diferenciales. Para ACQUABELLA, la colaboración con arquitectos e interioristas resulta fundamental. Son profesionales que conocen las necesidades específicas de cada proyecto y desempeñan un papel clave en la definición de los espacios. Por ello, ponemos a su disposición un espacio específico dentro del área de profesionales de nuestra web, donde pueden acceder a información técnica, proyectos de referencia e inspiración para el desarrollo de sus propuestas...”.

“Depende mucho del tipo de proyecto -termina por comentarnos Lucía Agustín, de COMERCIAL SALGAR-. En promociones de gran volumen suele existir una mayor planificación y el equipamiento del baño se define con bastante antelación. Sin embargo, en muchas reformas o proyectos más pequeños todavía ocurre que determinadas decisiones se toman muy al final, cuando el margen para optimizar el espacio o proponer alternativas ya es reducido. Creo que los fabricantes podemos aportar valor mucho antes del suministro del producto. Conocemos las soluciones disponibles, las necesidades de instalación y las limitaciones técnicas, por lo que participar desde las primeras fases puede evitar incidencias, simplificar la ejecución y ayudar a que el resultado final sea mejor...”.

<<hay que mejorar la estandarización de procesos, agilizar la comunicación y avanzar hacia sistemas que faciliten el trabajo a la mano de obra especializada>>

U-flow[®]



CADA COLOR, UN ESTILO

Secadores de manos para cada espacio



50^{ANOS} **mediclinics**

[mediclinics.com](https://www.mediclinics.com)

Al respecto, termina por unirse con su valoración Luis Montes de Oca, de HANSGROHE, afirmando que “cada vez existe una mayor conciencia sobre la importancia de incorporar el baño desde las primeras fases, pero todavía no sucede de forma homogénea. En algunos proyectos, la selección del equipamiento se produce cuando muchas decisiones relativas al espacio, las instalaciones o las presiones de suministro ya están cerradas. Esto limita las posibilidades de optimización y puede provocar modificaciones, incompatibilidades o sobrecostos durante la ejecución... El principal ámbito de mejora sería evitar que cada agente trabaje de forma aislada. Una especificación clara, compartida y mantenida hasta la puesta en marcha facilita el suministro, reduce errores en obra y garantiza que las prestaciones proyectadas sean las que finalmente recibe el usuario”.

Mercados emergentes e innovación

Parece que las prioridades estratégicas se están centrando en mercados emergentes, como es la rehabilitación y reforma o la industrialización, motivo por el que los fabricantes se esfuerzan en innovar aportando soluciones capaces de optimizar espacios (colecciones compactas, modelos versátiles, gamas variadas...); en este sentido ¿qué se está haciendo desde su empresa? -innovación, nuevos lanzamientos de productos o sistemas, alianzas comerciales con industrializadores...-

Desde la empresa NOKEN nos señalan que “se está trabajando en soluciones que respondan tanto a la obra nueva como a la rehabilitación, con especial atención a la facilidad de instalación, mantenimiento y renovación del baño. Un

Foto: STANDARD HIDRÁULICA



<<son factores decisivos, en la transformación del sector, la rapidez de ejecución, la optimización del espacio y la fiabilidad de las soluciones>>

ejemplo claro son los sistemas de grifería empotrada con caja técnica: SmartBox. Estas soluciones permiten instalar el cuerpo empotrado dentro de una caja que actúa como elemento de protección, registro y acceso. De este modo, el usuario o el profesional puede renovar posteriormente la parte exterior -embellecedores, mandos o acabados- sin necesidad de intervenir sobre la instalación interna... El resultado son soluciones más robustas, fiables y con una vida útil más larga, que aportan valor tanto al prescriptor como al instalador y al usuario final”.

“Ante el crecimiento de la rehabilitación, la reforma y la construcción industrializada, en ramonsoler orientamos la innovación hacia soluciones versátiles, eficientes, reparables y fáciles de instalar, capaces de adaptarse a proyectos muy distintos -indica Jordi Soler, director general de ramonsoler-. Esta estrategia se articula a través de ramonsoler Innovtech y del Programa de Mejora Preventiva, que han dado lugar a numerosas patentes y modelos de utilidad vinculados al ahorro, el confort, la salud, la seguridad y la instalación. En grifería destacan los sistemas S2/S3 y C2/C3, que reducen el consumo de agua y energía... En sanitarios, tecnologías como Rimless, Tourbillón y Clip Off mejoran la higiene y facilitan el mantenimiento... A ello se suman los lavabos de distintas formas e instalaciones, los bastidores RS Block, los sistemas empotrados RS Smart, la hidroterapia y los accesorios Ergos...”.

Ignasi Nuet, responsable de Marketing de GENE BRE, añade que “la rehabilitación, la reforma y la construcción industrializada representan hoy algunas de las principales oportunidades de crecimiento para el sector. Estos mercados requieren soluciones versátiles, fiables y fáciles de instalar, capaces de adaptarse a diferentes tipologías de obra. En GENE BRE trabajamos de forma continua en el desarrollo de colecciones de grifería que combinan diseño contemporáneo, eficiencia hidráulica y facilidad de instalación... La innovación también se orienta hacia la sostenibilidad, mediante tecnologías que favorecen el ahorro de agua y energía sin comprometer el confort del usuario, así como mediante la utilización de materiales de alta calidad que prolongan la vida útil del producto y reducen la necesidad de sustituciones... una oferta preparada para responder tanto a proyectos tradicionales como a modelos constructivos cada vez más industrializados”.

“Uno de los objetivos de STROHM -añade por su parte Ana Cans- es contar con un portfolio amplio que responda a las necesidades del mayor número de personas posible. Es cierto que, en los últimos años, ha aumentado la demanda de soluciones para espacios reducidos; sin embargo, esto no ha frenado la innovación en otros segmentos del mercado. Un claro ejemplo es nuestra nueva línea Confort, desarrollada para

ofrecer soluciones que priorizan la accesibilidad, la seguridad y la comodidad sin renunciar al diseño”.

Por lo que respecta a la opinión de Anna Céster, de NOFER BRAND GROUP, “la transformación del sector está impulsando una nueva forma de diseñar y equipar el baño, especialmente en proyectos de rehabilitación, reforma e industrialización, donde la rapidez de ejecución, la optimización del espacio y la fiabilidad de las soluciones son factores decisivos. En NOFER y DECOSAN estamos adaptando nuestro desarrollo de producto a estas necesidades, ampliando nuestro catálogo con propuestas versátiles, configurables y fáciles de integrar. Nuestra apuesta por la innovación se centra en desarrollar piezas que aporten valor durante todo el ciclo de vida del edificio: productos duraderos, de instalación sencilla, con materiales de alta calidad”.

“En GEBERIT -nos asegura Alfredo Cabezas- lo que estamos haciendo es no lanzar productos sino lanzar sistemas. Nuestra estrategia es lanzar un conjunto de productos de forman un sistema que mejora todos los aspectos de uso del producto, desde su instalación hasta el uso y el disfrute por parte del usuario. Por ejemplo, no solo hacemos hincapié en el ahorro de espacio, sino que creamos sistemas -como La Solución Completa Geberit para el inodoro- que mejoran el espacio y el diseño, así como también, y al mismo tiempo, disminuyen el impacto acústico, facilitan la instalación de la cisterna empotrada y el inodoro y consiguen una eficiencia hídrica superior. Y todo se consigue desde una misma marca, GEBERIT. Podríamos decir que no lanzamos un producto, sino que creamos un ‘pequeño sistema’ donde volcamos toda nuestra expertise, nuestro know-how en el manejo del flujo del agua y lo aplicamos para atacar y mejorar todas las fases de producción, instalación y uso del producto”.

“En FIORA -comenta Sara Corral, su Brand Manager- estamos respondiendo a dos grandes tendencias: la reforma y la necesidad de soluciones más ligeras, versátiles y sostenibles para obra nueva, rehabilitación e industrialización. Nuestra innovación se centra en productos que faciliten la renovación del baño con menos complejidad, más diseño y mejor comportamiento técnico. Un ejemplo son nuestros paneles de pared, Skin Panels, una solución rápida, sencilla y que no implica trabajos de obra en una reforma y que nacieron para resolver una necesidad muy concreta: renovar el baño con rapidez... Además, FIORA apuesta por colecciones amplias, formatos adaptables, texturas, colores y soluciones que permiten personalizar sin complicar la obra. Nuestro objetivo es que el profesional pueda resolver baños pequeños, reformas rápidas, proyectos hoteleros o promociones residenciales con productos fiables, estéticos y fáciles de integrar”.

<<la rehabilitación, la reforma
y la construcción industrializada
representan una gran oportunidad
para impulsar soluciones más
eficientes y sostenibles>>



Foto: KALDEWEI

Por lo que respecta a María José Roca, de STANDARD HIDRÁULICA, “la rehabilitación representa actualmente una de las principales oportunidades de crecimiento para el sector. Gran parte del parque edificatorio europeo requiere una actualización tanto en eficiencia hídrica como energética, lo que convierte a la grifería y la valvulería en elementos clave para conseguir mejoras con una inversión contenida. Desde STH estamos apostando por el desarrollo de soluciones que faciliten la sustitución de instalaciones existentes sin necesidad de grandes intervenciones (como es el caso de los nuevos accesorios de unión FixSTH o los nuevos accesorios con anillo de expansión para tubería PEX-a EasySTH), así como por gamas adaptadas a espacios reducidos y productos compatibles con diferentes configuraciones de instalación. La versatilidad y la facilidad de integración son hoy factores decisivos...”.

“La rehabilitación y la reforma son ámbitos clave en España -comparte su criterio Joel Velásquez, Country Manager de KALDEWEI-. Muchos proyectos no parten de una obra nueva ideal, sino de edificios existentes con limitaciones reales: accesos complicados, alturas reducidas, estructuras antiguas o necesidades de intervención rápida. Por eso trabajamos con soluciones versátiles, platos de ducha extraplanos, formatos variados y acabados que permiten adaptarse a contextos muy distintos. También damos mucha importancia a la personalización... El acero vitrificado nos permite ofrecer productos resistentes, higiénicos, reciclables y con una larga vida útil. Más que lanzar productos aislados, intentamos aportar un sistema coherente: soluciones que combinen diseño, fiabilidad técnica y flexibilidad. La industrialización también exige productos bien documentados, repetibles y fáciles de integrar en procesos cada vez más planificados”.

En este sentido Álvaro García, añade que “en PRESTO IBÉRICA apostamos por la innovación entendida como la capacidad de



Foto: IDEAL STANDARD

adaptarnos a las necesidades específicas de cada proyecto. Por ello, ofrecemos una amplia variedad de acabados especiales en cualquier referencia de nuestro catálogo: colores RAL, acabados metalizados o vinilados que permiten personalizar al máximo las griferías y el equipamiento del baño. Pero la personalización no es solo estética. También ofrecemos soluciones técnicas que aportan valor al proyecto y facilitan el cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad y de las certificaciones energéticas, adaptando, por ejemplo, los caudales de nuestros productos o incorporando sistemas de ahorro de agua y energía como Presto NESS Confort...”.

Jorge Barroso, de VILLEROY & BOCH e IDEAL STANDARD, también comparte que “la rehabilitación, la reforma y la construcción industrializada representan una gran oportunidad para impulsar soluciones más eficientes y sostenibles. En VILLEROY & BOCH e IDEAL STANDARD estamos desarrollando colecciones y sistemas concebidos para adaptarse a las necesidades de estos mercados, con productos de dimensiones optimizadas, soluciones modulares y una amplia variedad de acabados que facilitan su integración en diferentes tipologías de proyectos. La innovación también pasa por ofrecer soluciones completas que simplifiquen la especificación, la instalación y el mantenimiento”.

“La rehabilitación plantea un reto muy distinto al de la obra nueva -matiza Hélène Souvignet, de DELABIE-: hay que intervenir en espacios existentes, con limitaciones de espacio, de plazos y, muchas veces, sin poder tocar en profundidad la instalación previa. Teniendo en cuenta estos tres criterios, nuestra filosofía en rehabilitación y reforma se resume en tres ejes: adaptabilidad a la obra existente, rapidez y sencillez de instalación y actualización estética y funcional sin obra pesada. Podemos citar como ejemplo, nuestros grifos electrónicos a pilas, que al no requerir alimentación eléctrica, permiten modernizar un baño

colectivo, introduciendo detección de presencia, ahorro de agua de hasta un 80% y mejora higiénica, sin las obras pesadas que exigiría una instalación con alimentación de red. Es, literalmente, sustituir un grifo mecánico antiguo por un dispositivo electrónico de última generación en cuestión de minutos”.

Al respecto, añade Sonia Ramírez, “desde DURAVIT llevamos años desarrollando soluciones específicamente orientadas a responder a estas nuevas necesidades. Nuestro portfolio incorpora colecciones versátiles, lavabos compactos, mobiliario adaptable y sistemas de instalación que facilitan tanto la renovación de espacios existentes como la integración en procesos constructivos industrializados. La modularidad, la facilidad de instalación y la compatibilidad entre productos son aspectos que tenemos muy presentes en el desarrollo de nuestras nuevas colecciones. La innovación forma parte del ADN de DURAVIT. Invertimos continuamente en el desarrollo de nuevas tecnologías, materiales y procesos productivos que permitan mejorar tanto la experiencia del usuario como la eficiencia durante la instalación y el mantenimiento...”.

Al lo que añade Pascal Guillén, Marketing Manager de FELIU BOET: “El mercado se orienta hacia la rehabilitación, la reforma y la industrialización, y en FELIU BOET hemos adaptado nuestra estrategia a esta realidad. Estamos desarrollando líneas de producto más eficientes y versátiles. Nuestra innovación se centra en griferías de alto rendimiento, sistemas de control de caudal y temperatura, soluciones de instalación simplificada y materiales de larga durabilidad. Además, colaboramos con empresas de construcción industrializada para integrar nuestras griferías en módulos prefabricados de baño, garantizando compatibilidad técnica, rapidez de montaje y fiabilidad en obra”.

“La rehabilitación, la reforma y la industrialización están redefiniendo las necesidades del mercado -nos transmiten desde MUNDILITE-, impulsando una demanda de soluciones más flexibles, personalizadas y eficientes. En MUNDILITE respondemos a esta evolución desarrollando productos que se adaptan a cualquier espacio y proyecto, con una amplia capacidad de personalización en dimensiones, acabados, colores y configuraciones. Esta flexibilidad nos permite dar respuesta tanto a viviendas como a proyectos hoteleros, residenciales y del canal Contract. La innovación forma parte de nuestro ADN y se traduce en una mejora continua de nuestros productos y procesos de fabricación. Apostamos por materiales de altas prestaciones, nuevas tecnologías, diseños que simplifican la instalación y soluciones que aportan un valor añadido tanto a distribuidores como a arquitectos e interioristas...”.

El director comercial de PROFILTEK, Roberto Félix, asegura igualmente que “la rehabilitación, la reforma y la industrialización están transformando el mercado, y los fabricantes de-

<<los fabricantes debemos
desarrollar soluciones cada vez más
versátiles y fáciles de integrar en
cualquier tipo de proyecto>>



colección
COLOSSUS
El lujo silencioso

DECOSAN

Bath design

Ctra. Laureà Miró, 385-387 - 08980 - Sant Feliu de Llobregat - Barcelona - España
telfs.: +34 933 378 616, +34 933 378 187 - decosan@decosan.com - www.decosan.com



bemos desarrollar soluciones cada vez más versátiles y fáciles de integrar en cualquier tipo de proyecto. En PROFILTEK estamos trabajando en tres líneas principales. La primera es el desarrollo de nuevos diseños y acabados que permitan una mayor coherencia estética dentro del baño. La segunda es la innovación técnica, mediante sistemas patentados que mejoran la estanqueidad, simplifican la instalación y aumentan la durabilidad del producto. Y la tercera es la racionalización de nuestra gama, apostando por soluciones versátiles capaces de adaptarse a un mayor número de espacios sin renunciar a la personalización...”.

“La rehabilitación y la reforma representan actualmente uno de los principales motores del sector y, por ello, ocupan un lugar estratégico en nuestra actividad -añade Belén López, de ACQUABELLA-. En este contexto, la innovación debe responder a necesidades muy concretas: optimizar el espacio, simplificar la instalación, ofrecer soluciones personalizables y contribuir a una construcción más eficiente y sostenible. En ACQUABELLA desarrollamos productos capaces de adaptarse a proyectos muy diferentes, tanto en obra nueva como en rehabilitación...Un ejemplo reciente es el lanzamiento del Panel Slim, fabricado con tecnología Akron Plus... Además del Plume Slate, el plato de ducha de menos de 10kg... Más allá de incorporar nuevos productos, entendemos la innovación como una forma de desarrollar soluciones que combinen diseño, funcionalidad y sostenibilidad para responder a la evolución de la arquitectura y a las nuevas formas de construir”.

Para concluir Lucía Agustín, del Dpto. Marketing de COMERCIAL SALGAR, añade: “Creo que la rehabilitación ya no es

Foto: VILLEROY & BOCH



<<manuales claros, vídeos de instalación, documentación digital, asesoramiento especializado y un servicio postventa eficiente ayudan a reducir incidencias>>

una tendencia, sino una realidad. Cada vez más personas reforman su vivienda antes que cambiar de casa, y eso obliga a los fabricantes a pensar de otra manera. En nuestro caso intentamos desarrollar colecciones que se adapten mejor a ese tipo de proyectos: muebles que aprovechen el espacio, soluciones modulares, medidas versátiles y acabados que permitan integrarse en estilos muy diferentes. También prestamos mucha atención a aspectos que a veces pasan desapercibidos, como facilitar la instalación o simplificar determinadas configuraciones... cuando un producto ahorra tiempo en obra o evita incidencias, termina aportando mucho valor. La innovación, al menos desde mi punto de vista, no consiste únicamente en lanzar productos nuevos cada año. Consiste en escuchar qué necesita realmente el mercado y mejorar continuamente aquello que ya funciona”.

Desde HANSGROHE, Luis Montes de Oca, su director de Marketing, añade: “desde la compañía estamos evolucionando desde una lógica basada en productos individuales hacia una visión integral del baño, con griferías, duchas, sistemas de instalación, desagües, cerámica, mobiliario y espejos coordinados funcional y estéticamente. Este enfoque permite simplificar la prescripción, la logística, la instalación y el mantenimiento, al tiempo que ofrece mayor libertad compositiva al arquitecto o interiorista. Uno de los ejemplos más claros es iBox universal 2, una base empotrada compatible con los sets externos actuales y futuros de HANSGROHE y AXOR...”.

Medidas frente a la carestía de mano de obra

A todo ello, la carestía de mano de obra está comprometiendo la entrega de los proyectos, que se ralentizan o paran. Frente a esta falta de profesionales para el relevo generacional, ¿qué medidas cree que pueden tomar el fabricante de equipamiento de baño que contribuyan a paliarlo -diseños más versátiles y de fácil instalación, apoyo a la formación...-? ¿Qué se viene realizando, al respecto, desde su empresa?

“En España -nos señalan en NOKEN-, tradicionalmente se ha instalado en el baño el inodoro con cisterna vista y entrada lateral. Era una solución muy conocida por el profesional, que en muchos casos actuaba también como prescriptor, y que buscaba modelos repetidos, sencillos, testados y sin complicaciones en la instalación. Actualmente, el sector está evolucionando hacia soluciones más integradas, como los inodoros suspendidos con cisternas empotradas... Las cisternas empotradas actuales permiten acceder a los principales elementos internos a través del pulsador... También es fundamental la estandarización de componentes. Trabajar con soluciones bien

definidas, repetibles, testadas y fáciles de instalar reducen tiempos de montaje, mejoran la fiabilidad y facilitan el mantenimiento. En este contexto, el fabricante debe aportar productos que además de responder al diseño y a la eficiencia, también ayuden al profesional en la instalación diaria”.

El director general de ramonsoler, Jordi Soler, asegura que “la escasez de mano de obra cualificada exige que los fabricantes desarrollemos productos capaces de reducir los tiempos de instalación, los errores y la complejidad en obra. Esto implica trabajar con componentes estandarizados, instrucciones precisas, sistemas intuitivos, mantenimiento accesible y soporte técnico para el profesional. Para ramonsoler, es sumamente importante que nuestros productos queden perfectamente instalados, forma parte de nuestra calidad de producto final... Todas nuestras griferías empotradas están pensadas para ser fácilmente instaladas... en el caso de los lavabos empotrados Adagio disponemos de una patente de instalación que simplifica una instalación... En sanitarios, las salidas duales, las cisternas con entrada bilateral y las fijaciones ocultas mejoran la adaptación a obra... Estas soluciones deben complementarse con formación técnica, documentación actualizada y asesoramiento directo. La innovación no sustituye al profesional, pero sí puede reducir incidencias, mejorar la productividad y facilitar la incorporación de nuevas generaciones al sector”.

“La escasez de profesionales... exige una respuesta conjunta de toda la cadena de valor -añade Ignasi Nuet-, desarrollando productos que simplifiquen la instalación, reduzcan el riesgo de errores y faciliten las tareas de mantenimiento. En GENE BRE prestamos especial atención a la funcionalidad de nuestros productos, diseñando soluciones robustas, intuitivas y pensadas para optimizar el trabajo del instalador sin renunciar a la calidad ni a las prestaciones... consideramos imprescindible reforzar la formación. La colaboración con distribuidores, asociaciones profesionales, centros de formación y escuelas técnicas resulta fundamental... El acompañamiento técnico también es una herramienta clave. Manuales claros, vídeos de instalación, documentación digital, asesoramiento especializado y un servicio postventa eficiente ayudan a reducir incidencias y aportan confianza durante todo el proceso de instalación...”.

Desde STROHM, Ana Cans, su Product, Marketing & Innovation Manager, nos transmite que siempre han apostado “por la innovación, como demuestran nuestros sistemas patentados. Sin embargo, también desarrollamos soluciones que, aunque puedan pasar más desapercibidas, marcan una gran

<<una de las principales contribuciones pasa por desarrollar soluciones que simplifiquen la instalación, reduzcan los tiempos y minimicen la posibilidad de error>>



Foto: DELABIE

diferencia tanto en la instalación como en la experiencia de uso. Un ejemplo es nuestro sistema Easy Fix, diseñado para facilitar la sustitución de un grifo de forma rápida, sencilla y segura. Esta innovación no solo permite que el cambio resulte más accesible para cualquier usuario, sino que también optimiza significativamente el trabajo de los profesionales en proyectos de obra nueva y rehabilitación, reduciendo los tiempos de instalación y mejorando la eficiencia”.

“La falta de profesionales cualificados obliga a replantear la forma en que se diseñan y suministran las soluciones para el baño -asegura Anna Céster, responsable Prescripción de NOFER BRAND GROUP-. En NOFER y DECOSAN entendemos que los fabricantes debemos facilitar el trabajo en obra ofreciendo productos intuitivos, con procesos de montaje más sencillos, documentación técnica clara y soluciones que reduzcan la complejidad de la instalación. Esto no solo ayuda a optimizar los tiempos de ejecución, sino que también mejora la calidad del resultado final. Apostamos por reforzar la colaboración con distribuidores, instaladores y centros de formación, promoviendo acciones de divulgación y soporte técnico que contribuyan a actualizar conocimientos y facilitar la incorporación de nuevas generaciones al mercado...”.

Por su parte Alfredo Cabezas, Director de Marketing de GERBERIT IBERIA, nos señala que “una de las prioridades de GERBERIT es la creación de productos que facilitan el día a día al instalador. Creamos soluciones fáciles de instalar y que, dentro de la misma familia, se instalan de una forma similar. Así, el instalador nota poca variación en el proceso de instalación de un producto u otro y puede agilizar el proceso



Foto: FELIU BOET

de montaje de los sistemas de tuberías o de los elementos del baño. Además, apostamos por la formación continua de todos los profesionales del sector para que conozcan con todo detalle cómo deben realizar el trabajo. En ese sentido, desde GEBERIT ofrecemos un apoyo constante y muy cercano, al profesional, para prestarle ayuda personalizada siempre que la requiera”.

En opinión de Sara Corral, de FIORA, “la falta de mano de obra cualificada es uno de los grandes frenos del sector. Eso condiciona el crecimiento de la reforma y rehabilitación. El fabricante puede ayudar de forma muy concreta. Primero, diseñando productos más ligeros, versátiles y fáciles de instalar, que reduzcan tiempos de montaje y dependencia de procesos complejos. Segundo, proporcionando documentación técnica clara, vídeos, formación y soporte al instalador. Y, tercero, mejorando embalaje, logística y disponibilidad para evitar paradas en obra. En FIORA trabajamos en esa dirección y apostamos por producto técnicamente fiable, medidas adaptadas, variedad de dimensiones y facilidad de adaptación, sistemas pensados para reforma y una comunicación técnica que ayude al instalador. Creemos que la innovación no solo debe verse en el diseño final, sino también en cómo el producto llega, se manipula, se instala y se mantiene durante años”.

“La falta de profesionales cualificados es uno de los principales retos de toda la cadena de valor de la construcción -se suma con su valoración María José Roca, de STANDARD HIDRÁULICA-. Los fabricantes tenemos la responsabilidad de contribuir no solo mediante el desarrollo de productos más sencillos de instalar, sino también apoyando la formación y la profesionalización del sector. En este sentido, estamos trabajando para simplificar los procesos de instalación mediante sistemas más intuitivos, conexiones rápidas, soluciones premontadas y productos que reduzcan el margen de error durante el montaje.

Cada minuto que se ahorra en obra supone una mejora en productividad y competitividad. La digitalización, mediante manuales interactivos, vídeos técnicos o asistencia remota, es otra herramienta que está permitiendo mejorar el soporte al profesional y facilitar la transferencia de conocimiento”.

“La falta de mano de obra cualificada es una realidad que vemos en muchos proyectos -añade al respecto Joel Velásquez, Country Manager de KALDEWEI ESPAÑA-. Desde el fabricante no podemos resolver solos este problema, pero sí podemos contribuir de forma concreta. Lo primero es diseñar productos más fáciles, seguros y rápidos de instalar, con sistemas claros y menos margen de error. Un buen diseño no termina en la estética; también debe pensar en quien lo instala. Lo segundo es acompañar al profesional. En KALDEWEI trabajamos con distribuidores, instaladores y prescriptores mediante formación técnica, documentación práctica y soporte cuando el proyecto lo requiere. Para nosotros es fundamental que el producto llegue bien a obra y se instale correctamente, porque una mala instalación puede comprometer incluso la mejor solución...”.

Frente a este problema el Area Manager de PRESTO IBÉRICA PRESTO, Álvaro García, nos transmite: “Desde nuestro punto de vista una de las principales contribuciones pasa por desarrollar soluciones que simplifiquen la instalación, reduzcan los tiempos de montaje y minimicen la posibilidad de errores en obra. Diseñar productos más intuitivos, modulares y fáciles de mantener no solo mejora la eficiencia, sino que también ayuda a paliar la escasez de mano de obra cualificada. Al mismo tiempo, creemos que es fundamental reforzar la formación y la transferencia de conocimiento de nuestros productos. La colaboración con instaladores, distribuidores, centros de formación y profesionales del sector resulta clave para facilitar la incorporación de nuevas generaciones y garantizar que puedan adaptarse a las nuevas tecnologías y exigencias del mercado... Entendemos que acompañar al profesional, además de innovar en producto, es una forma de aportar valor y contribuir a la evolución del sector”.

“Desde VILLEROY & BOCH e IDEAL STANDARD -añade Jorge Barroso, el Sales & Marketing Coordinator Spain, Portugal, Andorra & Malta de la compañía- creemos que los fabricantes podemos contribuir desarrollando productos y sistemas que simplifiquen la instalación, reduzcan los tiempos de ejecución y minimicen la posibilidad de errores en obra, facilitando el trabajo de los profesionales. Al mismo tiempo, consideramos fundamental apoyar la formación y la capacitación de las nuevas generaciones de instaladores y prescriptores. Por ello, impulsamos acciones de formación técnica y recursos digitales”.

<<los fabricantes debemos formar parte de la solución. Cuanto más sencillo sea el montaje, menor será la dependencia de mano de obra altamente especializada>>

NUEVO

■ GEBERIT

LA SOLUCIÓN COMPLETA GEBERIT

EL SILENCIO LLEGA AL BAÑO



DESIGN
MEETS
FUNCTION

La Solución Completa Geberit combina inodoros con tecnología TurboFlush e innovadores mecanismos de descarga y alimentación en la cisterna empotrada que ofrecen la mejor solución para reducir el ruido en el baño. La combinación de estas tecnologías de última generación consigue que el baño sea un 30% más silencioso que con los inodoros convencionales, lo que aporta total tranquilidad al baño.

www.geberit.es



Por lo que respecta a la opinión de Hélène Souvignet, Responsable de Marketing y Comunicación para España de DELABIE- “...diseñamos nuestros productos siempre con el objetivo de facilitar la instalación y el mantenimiento a largo plazo. Esto pasa mediante el diseño: instalación más intuitiva, conexiones estandarizadas y herramientas de montaje simplificadas que reducen el tiempo de mano de obra necesario. Nos comprometemos a suministrar las piezas de recambio de todos nuestros productos técnicos durante 50 años... Como complemento a las explicaciones disponibles en nuestra página web sobre nuestras piezas de recambio, cada producto tiene un manual técnico específico, sencillo y adaptado... Y, en segundo lugar, también pasa mediante el servicio: contar con soporte técnico propio, documentación clara y disponibilidad de repuestos ayuda a que instaladores puedan resolver incidencias con rapidez y confianza”.

“La escasez de mano de obra cualificada es uno de los principales retos a los que se enfrenta actualmente toda la cadena de valor de la construcción -opina de la misma manera Sonia Ramírez, responsable de Marketing de DURAVIT-. Como fabricantes, creemos que podemos contribuir desde diferentes ámbitos. Por un lado, diseñando productos que simplifiquen la instalación, reduzcan tiempos de montaje y minimicen la posibilidad de errores en obra. La facilidad de instalación se ha convertido en un criterio de diseño tan importante como la estética o la funcionalidad”.

El Marketing Manager de FELIU BOET, Pascal Guillén Pointeau, asegura desde su empresa que, “como fabricante, FELIU BOET contribuye mediante el desarrollo de productos de instalación intuitiva, sistemas universales y soluciones que minimizan errores en obra. Impulsamos programas de formación para instaladores, distribuidores y empresas constructoras, con el objetivo de

Foto: PROFILTEK



<<el futuro del sector estará marcado por la sostenibilidad, la digitalización y la industrialización de los procesos constructivos>>

facilitar el relevo generacional y mejorar la capacitación técnica del sector. Asimismo, trabajamos en diseños más versátiles, manuales simplificados y componentes de alta calidad que reducen tiempos de montaje, favoreciendo una ejecución más ágil”.

“Los fabricantes debemos desarrollar soluciones que simplifiquen el trabajo en obra y reduzcan los tiempos de instalación -afirman desde MUNDOLITE-. Diseños más versátiles, productos ligeros y sistemas pensados para facilitar la manipulación permiten mejorar la productividad y minimizar el esfuerzo físico, aportando un valor añadido tanto a los instaladores como a las empresas constructoras. En MUNDOLITE ofrecemos soporte técnico y documentación especializada para distribuidores e instaladores, convencidos de que la innovación debe orientarse no solo al producto, sino también a hacer más eficiente y sencilla la ejecución de cada proyecto”.

En respuesta a la pregunta Roberto Félix, director comercial de PROFILTEK, añade que “los fabricantes debemos formar parte de la solución. Por un lado, diseñando productos que reduzcan la complejidad de la instalación, con sistemas intuitivos que minimicen tiempos y errores en obra. Cuanto más sencillo sea el montaje, menor será la dependencia de mano de obra altamente especializada. Por otro lado, debemos reforzar la formación. En PROFILTEK colaboramos de forma continua con distribuidores, instaladores y puntos de venta mediante jornadas técnicas, demostraciones y acciones formativas que les permiten conocer las mejores prácticas de instalación y mantenimiento. La combinación de innovación en producto y transferencia de conocimiento será clave para afrontar el relevo generacional y mejorar la productividad del sector sin renunciar a la calidad”.

“Desde el punto de vista del fabricante -nos comenta Belén López, responsable de Marketing de ACQUABELLA-, creemos que una de las principales contribuciones pasa por desarrollar soluciones que simplifiquen la instalación, reduzcan los tiempos de ejecución y faciliten el trabajo en obra. En ACQUABELLA estamos orientando parte de nuestra innovación hacia el desarrollo de soluciones ultraligeras que mejoran la manipulación y el transporte sin renunciar a las prestaciones técnicas, la durabilidad o el diseño. Ejemplos de esta estrategia son el Panel Slim, con solo 3 mm de espesor y un peso un 50 % inferior al de soluciones convencionales, y el plato de ducha Plume Slate, concebido para ofrecer una solución más ligera... soluciones que permiten optimizar los procesos de instalación y contribuyen a responder a uno de los grandes retos del sector: hacer posible una ejecución más eficiente sin comprometer la calidad, el diseño ni la durabilidad del producto”.

Lucía Agustín, del Dpto. Marketing de COMERCIAL SALGAR, asegura que “como fabricantes podemos ayudar diseñando productos que sean más sencillos de instalar y que reduzcan la posibilidad de errores durante el montaje. Parece algo muy



Alu⁺

Diseño sostenible premiado
by Ludovica Serafini & Roberto Palomba.



Ideal Standard

Donde el rendimiento converge con la funcionalidad

Alu⁺ está diseñada con un propósito claro, dando prioridad a la sostenibilidad, el bienestar y el rendimiento. Fabricada con aluminio 100 % reciclado y con un sistema inteligente de control del caudal que ayuda a reducir el consumo de agua sin renunciar a la comodidad.





Foto: COMERCIAL SALGAR

básico, pero cuanto más intuitivo es un producto, más fácil resulta trabajar con él y menos tiempo requiere su instalación. También creo que tenemos cierta responsabilidad en acercarnos a los futuros profesionales. Durante muchos años estos oficios han perdido atractivo y ahora estamos viendo las consecuencias. Colaborar con centros de formación, apoyar iniciativas educativas o facilitar formación técnica puede ayudar a que más jóvenes vean oportunidades dentro del sector. Al final, si queremos que la construcción siga evolucionando, necesitamos productos mejores, pero también profesionales preparados para instalarlos”.

Luis Montes de Oca, director de Marketing de HANS GROHE, concluye: “tenemos claro que debemos facilitar el trabajo de los profesionales mediante productos más intuitivos, universales y seguros. Por otro, es imprescindible reforzar la formación y hacer que el conocimiento técnico resulte accesible para quienes se incorporan al oficio. El diseño de producto puede reducir considerablemente el tiempo de ejecución y el riesgo de error. Esto implica incorporar componentes pre-montados, disminuir el número de pasos, utilizar conexiones estandarizadas, ofrecer instrucciones claras y garantizar la compatibilidad entre distintas generaciones de producto. Sin embargo, la simplificación del producto no sustituye a la formación. hansgrohe ofrece sesiones y recursos para profesionales, además de una plataforma de eLearning accesible desde ordenador, tableta o teléfono móvil...”.

Evolución de sector y compromisos europeos

Y, por último, teniendo en cuenta la transición que vivimos hacia un nuevo modelo, ¿por dónde cree que evolucionará el sector

en los próximos años? ¿Considera que cumpliremos con los compromisos europeos de sostenibilidad y eficiencia energética?

Desde NOKEN, empresa del Grupo PORCELANOSA, nos aseguran que “el sector evolucionará hacia un baño más eficiente, trazable y conectado con el ciclo de vida completo del producto. En los últimos años ya se ha avanzado mucho en eficiencia. Hace dos décadas era habitual encontrar griferías de lavabo con consumos cercanos a los 12 litros por minuto; hoy, gracias a la evolución normativa, técnica y de mercado, trabajamos con caudales en torno a 5 litros por minuto, manteniendo el confort de uso. Esa primera etapa de reducción de consumos ya está muy consolidada. El siguiente paso vendrá marcado por la seguridad del agua, especialmente por los nuevos requisitos sobre materiales en contacto con agua potable, y por una mayor trazabilidad del producto... el baño del futuro no será solo más eficiente en consumo de agua y energía, sino también más documentado, mantenible y sostenible”.

“El sector evolucionará hacia productos más eficientes, duraderos, reparables y diseñados con criterios de economía circular -concluye en su intervención Jordi Soler, director general de ramonsoler-. La reducción del consumo de agua y energía, la selección responsable de materiales, la disminución de residuos y la medición del impacto ambiental serán factores cada vez más decisivos. Asimismo, la nueva directiva europea de materiales en contacto con el agua DWD, va a ser preceptiva en toda Europa en los próximos años. En ramonsoler creemos que no existe una forma de sostenibilidad más efectiva que ofrecer productos de alta calidad y con una larga vida útil. Cuanto más tiempo mantiene un producto sus prestaciones, su seguridad y su apariencia, menor es la necesidad de sustituirlo y menor es también el consumo de materias primas, energía, y recursos asociados a su fabricación y transporte”.

En opinión de Ignasi Nuet, responsable de Marketing de GENE BRE GROUP, “el futuro del sector estará marcado por la sostenibilidad, la digitalización y la industrialización de los procesos constructivos. Los edificios demandarán soluciones cada vez más eficientes, conectadas y duraderas, donde el ahorro de agua y energía formará parte de los requisitos básicos de cualquier proyecto. Desde GENE BRE creemos que la innovación seguirá orientándose hacia productos con mayor eficiencia hidráulica, materiales de alta calidad, mayor durabilidad y diseños capaces de responder a las nuevas necesidades de usuarios y prescriptores. La economía circular, la reducción del impacto ambiental y la trazabilidad de los productos adquirirán una importancia creciente. Respecto a los compromisos europeos, consideramos que el sector está realizando avances significativos”.

<<los compromisos europeos no se cumplirán solo con normativa; harán falta inversión, formación, colaboración y soluciones técnicamente viables>>

LAVABO SOBRE ENCIMERA RAVA

DELABIE

¡Un diseño sostenible y sofisticado!

Con su acabado en Teflón® negro mate, el lavabo negro RAVA es ideal para baños públicos muy frecuentados. Su color negro intenso le confiere un aspecto elegante. Se adapta a cualquier ambiente decorativo.

DELABIE, fabricante especializado en **grifería y aparatos sanitarios para Espacios Públicos**, desarrolla todas sus gamas de productos, bajo los criterios de ahorro de agua, energía, diseño y ética.

Más información en delabie.es





Foto: FIORA

“La transición hacia un modelo más sostenible no responde únicamente a los cambios normativos impulsados por las administraciones, sino también a una demanda creciente del mercado – añade Ana Cans, Product, Marketing & Innovation Manager de STROHM-. Cada vez son más los consumidores y profesionales que valoran y exigen productos que cumplan con criterios de sostenibilidad, convirtiendo este aspecto en un factor decisivo en sus decisiones de compra. En STROHM, nuestro compromiso con la calidad ha permanecido inalterable desde nuestros inicios. Contamos con algunas de las certificaciones más exigentes del sector y trabajamos para garantizar que todos nuestros productos y componentes cumplan con los más altos estándares de calidad, seguridad y sostenibilidad”.

Al respecto Anna Céster, responsable Prescripción de NOFER Brand Group, argumenta que “la evolución del sector vendrá impulsada por una mayor especialización y por la necesidad de crear espacios que respondan a criterios de eficiencia, bienestar y adaptabilidad. El baño será un espacio cada vez más personalizado, donde el diseño convivirá con soluciones prácticas, materiales resistentes y productos pensados para facilitar tanto la instalación como el mantenimiento. En cuanto a los objetivos europeos de sostenibilidad y eficiencia energética, creemos que son alcanzables siempre que exista un compromiso continuado de fabricantes, profesionales y administraciones. La clave estará en apostar por procesos productivos más responsables, materiales de calidad y soluciones que favorezcan un consumo más racional de los recursos”.

“En el caso de GEBERIT -nos señala su director de Marketing, Alfredo Cabezas-, desde hace décadas venimos trabajando para cumplir con criterios de eficiencia energética superiores a los que se solicitan en las normativas internacionales. El objetivo para todos nuestros nuevos productos es que sean mejores que sus predecesores desde un punto de vista ecológico. Esto

lo conseguimos teniendo en cuenta todo el ciclo vital de nuestros productos, desde su producción hasta su uso y posterior reciclaje... La tecnología se está poniendo al servicio del ahorro energético y está promoviendo un cambio de paradigma hacia un baño caracterizado por su eficiencia en el consumo... Así mismo, la incorporación de la tecnología y el internet de las cosas (IoT) a las soluciones para el baño, nos ayudan a controlar el gasto energético y a mejorar los consumos de agua de los productos. La incorporación de la tecnología en los productos del sector ya está sucediendo, pero el recorrido es todavía muy largo y queda mucho por hacer”.

Por su parte Sara Corral, Brand Manager de FIORA, concluye: “El sector evolucionará hacia baños más sostenibles, personalizados, accesibles e industrializables. Veremos más soluciones ligeras, materiales con menor impacto, productos reparables o duraderos, superficies fáciles de limpiar, texturas naturales, integración cromática y baños concebidos como espacios de bienestar. También crecerá la demanda de soluciones para reforma rápida. La clave será combinar eficiencia constructiva con capacidad de diferenciación. No se trata solo de fabricar más rápido, sino de fabricar mejor: con menos recursos, menos residuos, menos incidencias y más valor para el usuario final. Respecto a los compromisos europeos de sostenibilidad y eficiencia energética, creo que España avanzará, pero necesita acelerar. Cumplir dependerá de simplificar ayudas, formar profesionales, industrializar procesos y lograr que la sostenibilidad no se perciba como coste añadido, sino como valor”.

En opinión de María José Roca, Communication & Marketing Manager de STANDARD HIDRÁULICA, S.A.U., “el futuro del sector estará marcado por cuatro grandes ejes: sostenibilidad, digitalización, industrialización y economía circular. Los productos evolucionarán hacia soluciones cada vez más inteligentes, capaces de gestionar el consumo de agua y energía en tiempo real, integrarse en plataformas de gestión de edificios y facilitar el mantenimiento predictivo. Al mismo tiempo, aumentará la demanda de productos fabricados con materiales reciclables, procesos productivos de menor impacto ambiental y una mayor transparencia en la información ambiental mediante declaraciones y certificaciones reconocidas internacionalmente. La sostenibilidad ya no es un elemento diferenciador; es una condición imprescindible para competir. Las empresas que sean capaces de combinar eficiencia, diseño, innovación y servicio serán las que lideren la evolución del mercado en los próximos años”.

“Creemos que el sector evolucionará hacia baños más duraderos, eficientes, personalizados y fáciles de mantener

<<alcanzar los objetivos europeos
representará una oportunidad
para diferenciarse mediante
productos más eficientes,
duraderos y respetuosos con el
medio ambiente>>

-sentencia Joel Velásquez, Country Manager de KALDEWEI ESPAÑA-. La sostenibilidad dejará de ser un argumento diferencial para convertirse en una condición básica, especialmente en proyectos hoteleros, públicos y residenciales de grandes promotoras. También veremos más exigencia en trazabilidad, vida útil de los productos, materiales reciclables y procesos de fabricación responsables. Respecto a los compromisos europeos, somos optimistas, pero también realistas. No se cumplirán solo con normativa o mensajes de sostenibilidad; harán falta inversión, formación, colaboración y soluciones técnicamente viables para el mercado. En KALDEWEI vemos una oportunidad clara en materiales como el acero vitrificado, por su durabilidad y circularidad, pero también en una forma de proyectar más consciente. El futuro del baño no será únicamente más tecnológico: será más responsable, más flexible y mejor integrado en la arquitectura y en la vida real de las personas”.

Por su parte Álvaro García, Area Manager de PRESTO IBÉRICA, nos transmite que “el sector evolucionará hacia soluciones cada vez más eficientes, conectadas y sostenibles, pero también más centradas en las personas. Veremos un mayor protagonismo de la digitalización, la gestión inteligente del agua y la energía, el ecodiseño, la economía circular y productos que combinen funcionalidad, confort y un menor impacto ambiental. En cuanto a los objetivos europeos, creo que son alcanzables, aunque requerirán el compromiso de toda la cadena de valor. Los fabricantes seguiremos desempeñando un papel clave mediante el desarrollo de soluciones más eficientes y sostenibles, pero será igualmente necesario avanzar en la rehabilitación del parque edificado, la colaboración entre todos los agentes y la concienciación de usuarios y promotores. La transición ya está en marcha y el sector ha demostrado una gran capacidad de innovación; el reto ahora es acelerar su implantación para que estos avances lleguen al conjunto del mercado”.

“Veremos una mayor demanda de productos que optimicen el consumo de agua y energía, materiales más sostenibles y duraderos – añade Jorge Barroso, de VILLEROY & BOCH e IDEAL STANDARD-, así como soluciones inteligentes que mejoren la experiencia del usuario y faciliten la gestión eficiente de los edificios. Al mismo tiempo, la economía circular y el análisis del ciclo de vida de los productos tendrán un peso creciente en la toma de decisiones de fabricantes, prescriptores y promotores. En VILLEROY & BOCH e IDEAL STANDARD somos optimistas respecto al cumplimiento de los objetivos europeos de sostenibilidad y eficiencia energética, aunque será necesario mantener una estrecha colaboración entre administraciones, industria y profesionales del sector. La innovación, la inversión en nuevas tecnologías y un enfoque conjunto permitirán acelerar esta transición, ofreciendo soluciones que no solo respondan a las exigencias normativas, sino que también contribuyan a crear edificios más eficientes, resilientes y preparados para el futuro”.

Al respecto Hélène Souvignet, Responsable de Marketing y Comunicación para España de DELABIE, comenta: “El sector avanza hacia una convergencia total entre higiene, eficiencia hídrica-energética y digitalización. La grifería y el equipamiento sanitario tienden a ser más inteligentes, con sensores, gestión inteligente del caudal de agua, en fluxores por ejemplo, mantenimiento predictivo, etc. pero sin perder de vista la robustez y simplicidad que exige el uso intensivo en espacios colectivos. Las normativas de eficiencia energética y de reducción de

consumo de agua están marcando ya el ritmo de la innovación de producto, y como fabricantes respondemos con soluciones concretas: reducción de caudales sin pérdida de confort, materiales más duraderos y reciclables...”.

“El sector del baño evolucionará hacia soluciones cada vez más sostenibles, no solo desde el punto de vista del producto, sino también de todo su ciclo de vida: diseño, fabricación, logística, uso y reciclabilidad -nos señala Sonia Ramírez, Responsable de Marketing de DURAVIT-. La eficiencia energética y el ahorro de agua seguirán siendo aspectos fundamentales, pero también cobrarán cada vez más importancia la descarbonización de los procesos industriales, la economía circular y el desarrollo de productos duraderos y reparables. En DURAVIT entendemos esta transformación como una responsabilidad y una oportunidad para innovar... En cuanto al cumplimiento de los objetivos europeos, creemos que el sector está avanzando en la dirección correcta... En nuestra opinión, la sostenibilidad ya no es un valor añadido, sino un requisito imprescindible para el desarrollo futuro de la industria y para responder a las expectativas de una sociedad cada vez más comprometida con el medio ambiente”.

Pascal Guillén Pointeau, Marketing Manager de FELIU BOET Griferías, S.L., añade: “El sector evolucionará hacia soluciones más sostenibles, eficientes y orientadas a la industrialización. La digitalización, la monitorización de consumos y el uso de materiales reciclados marcarán la próxima década. Desde FELIU BOET consideramos que la industria está en condiciones de cumplir los compromisos europeos de sostenibilidad y eficiencia energética, siempre que exista una adopción real por parte de todos los agentes: fabricantes, instaladores, promotores y administraciones. La tendencia es clara: productos

Foto: PRESTO IBÉRICA



más duraderos, sistemas de ahorro de agua y energía, procesos más limpios y una integración total del baño en la estrategia global del edificio”.

“El sector del equipamiento de baño evolucionará hacia un modelo donde la sostenibilidad será un criterio de decisión tan importante como el diseño o la calidad -concluyen desde MUNDILITE-. La reducción de la huella de carbono, el uso eficiente de los recursos, la incorporación de materiales reciclados y el desarrollo de procesos productivos más responsables marcarán la competitividad de los fabricantes en los próximos años. Además, las nuevas normativas europeas impulsarán una mayor transparencia sobre el impacto ambiental de los productos durante todo su ciclo de vida. En MUNDILITE entendemos esta transición como una oportunidad para seguir innovando. Apostamos por la utilización de materiales reciclados, la optimización de nuestros procesos de fabricación y el desarrollo de soluciones más ligeras que contribuyen a reducir las emisiones asociadas al transporte. Creemos que alcanzar los objetivos europeos de sostenibilidad requerirá un esfuerzo conjunto de toda la cadena de valor, pero también representará una oportunidad para diferenciarse mediante productos más eficientes, duraderos y respetuosos con el medio ambiente”.

En palabras de Roberto Félix, director comercial de PROFILTEK, “el futuro del sector pasa por productos más sostenibles, duraderos y eficientes. La economía circular, la optimización de materiales y la reducción del impacto ambiental dejarán de ser un valor añadido para convertirse en un requisito imprescindible.

Estamos convencidos de que el sector será capaz de cumplir los objetivos europeos, pero es fundamental que las reglas sean iguales para todos. Los fabricantes europeos realizamos importantes inversiones para cumplir con las exigencias en materia de calidad, sostenibilidad, ensayos y durabilidad, mientras que en ocasiones llegan al mercado productos importados que no están sometidos al mismo nivel de exigencia. La sostenibilidad debe entenderse como un compromiso de toda la cadena de valor. Solo garantizando las mismas condiciones para todos los fabricantes podremos ofrecer una competencia justa, proteger al consumidor y seguir impulsando la innovación y la fabricación de calidad en Europa”.

“La innovación seguirá siendo fundamental, pero estará cada vez más vinculada a la reducción del impacto ambiental, la durabilidad de los materiales, la optimización de los recursos y la facilidad -añade de ACQUABELLA Belén López, su responsable de Marketing-. La rehabilitación del parque edificado, la economía circular y la industrialización continuarán marcando el desarrollo del mercado en los próximos años. En ACQUABELLA entendemos esta evolución como una oportunidad para seguir desarrollando productos que combinen diseño, funcionalidad y sostenibilidad... Los objetivos europeos en materia de sostenibilidad y eficiencia energética son exigentes, pero también representan una oportunidad para acelerar la transformación del sector. Alcanzarlos dependerá de la capacidad de seguir impulsando la innovación, la rehabilitación y la colaboración entre todos los agentes que intervienen en el proceso constructivo”.

Foto: HANSGROHE



Lucía Agustín, del Dpto. Marketing de COMERCIAL SALGAR, concluye: “Creo que el sector va a evolucionar hacia productos cada vez más racionales. Durante años hemos vivido una etapa de ampliar catálogos y ofrecer muchísimas opciones. Ahora tengo la sensación de que el mercado valora más las colecciones bien pensadas, fáciles de entender y capaces de adaptarse a diferentes necesidades. La sostenibilidad también seguirá siendo una prioridad, aunque creo que debemos hablar de ella con naturalidad y no como un argumento comercial... Respecto a los objetivos europeos, soy moderadamente optimista. Creo que la dirección es la correcta y que el compromiso de las empresas existe, pero también dependerá del contexto económico y de que la regulación vaya acompañada de medidas que permitan seguir siendo competitivos”.

“El sector evolucionará hacia soluciones que combinen eficiencia, durabilidad, reparabilidad, circularidad y una experiencia de uso cada vez más personalizada -para finalizar añade Luis Montes de Oca, de HANSGROHE-. Veremos productos con caudales más bajos que seguirán ofreciendo un elevado confort, una gestión más precisa del agua caliente, sistemas modulares que faciliten futuras renovaciones y una mayor transparencia sobre el impacto ambiental de los materiales y del producto durante todo su ciclo de vida. En hansgrohe hemos establecido el programa Eco 2030, cuyo objetivo es adaptar antes de 2030 toda la gama de productos conductores de agua de hansgrohe y AXOR incorporando tecnologías de ahorro hídrico o energético. Nuestra Green Vision Beyond Water lleva este planteamiento más lejos y estudia cómo podría ser un baño capaz de reducir hasta un 90 % el consumo de agua y energía y, en consecuencia, las emisiones de CO₂ equivalentes, replanteando los hábitos de higiene y bienestar desde el diseño y la circularidad”. #



CreatedToCreate
www.fiorabath.com

fiora

WAVE & TOUCHY

shower tray

bathtub



red dot winner 2026